



**فاعلية التحول الرقمي في المصالح والهيئات  
الحكومية الخدمية وانعكاسه على تحقيق رضا  
الجمهور عن الخدمة المقدمة: دراسة ميدانية**

**حازم ناصر حسين فرغلي**

**DOI: 10.21608/qarts.2022.87706.1163**

مجلة كلية الآداب بقنا (دورية أكاديمية علمية محكمة)

مجلة كلية الآداب بقنا - جامعة جنوب الوادي - العدد 52 (الجزء الثالث) لسنة 2021

ISSN: 1110-614X الترخيم الدولي الموحد للنسخة المطبوعة

ISSN: 1110-709X الترخيم الدولي الموحد للنسخة الالكترونية

<https://qarts.journals.ekb.eg>

موقع المجلة الالكتروني:



## فاعلية التحول الرقمي في المصالح والهيئات الحكومية وانعكاسه على

تحقيق رضا الجمهور عن الخدمة المقدمة: دراسة ميدانية

إعداد

حازم ناصر حسين فرغلي

elkadyh7@gmail.com

الملخص باللغة العربية:

تتمحور هذه الدراسة حول فاعلية التحول الرقمي في المصالح والهيئات الحكومية الخدمية وانعكاسه على تحقيق رضا الجمهور على الخدمة المقدمة وعن المصلحة والهيئة عينة الدراسة، استخدمت هذه الدراسة صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات بالتطبيق على عينة عمدية من الجمهور المتعامل مع هذه المصالح والهيئات الحكومية الخدمية وقدرت هذه العينة بعدد ٤٠٠ مفردة، واستخدمت هذه الدراسة منهج المسح لمسح عينة الدراسة كما انها اعتمدت على المنهج الوصفي لوصف الظاهره محل الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج الهامة منها أهمية التحول الرقمي في المصالح والهيئات الحكومية الخدمية، كما انها توصلت إلى أن استخدام المصالح والهيئات الحكومية الخدمية للتطبيقات الإلكترونية يساعد الجمهور المتعامل مع هذه المصالح والهيئات عينة الدراسة على الحصول على الخدمة المقدمة بشكل سريع وأن ذلك يؤدي إلى تكوين صورة ذهنية طيبة وتكوين وبناء سمعة حسنة عن هذه المصالح والهيئات عينة الدراسة مما يؤدي بدوره إلى تحقيق رضا الجمهور على الخدمة وعن المصلحة والهيئة، كما أظهرت نتائج الدراسة إلى أن اعتماد المؤسسات والهيئات الحكومية الخدمية على التطبيقات الإلكترونية يساعد الجمهور على التواصل والتفاعل مع القائمين بالاتصال في هذه المصالح والهيئات.

الكلمات المفتاحية: التحول الرقمي، التطبيقات الإلكترونية، المصالح والهيئات الحكومية،

رضا الجمهور، الخدمة المقدمة

## المقدمة :

إن الحتمية التكنولوجية التي نعيشها حالياً تعني أن التكنولوجيا شكل من أشكال التطور البشري، حيث أن العديد من الباحثين يعترفون بأن التكنولوجيا لم تعد فقط شرطاً من شروط الحضارة المتقدمة، بل تعدى ذلك الدفع المتسارع من الاختراعات التكنولوجية إلى تغيير النظم الثقافية والتقليدية بصورة غير متوقعة<sup>(١)</sup>.

في ظل الاعتماد المتزايد علي الهواتف الذكية وما تحظى به من شعبية حول العالم أصبح الوصول إلي المعلومات أثناء التنقل ضرورة ملحة أكثر من أي وقت مضى، الأمر الذي أوجد الحاجة إلى ابتكار تطبيقات إلكترونية فعالة حيث تمكن التطبيقات المستخدمين من إجراء خدماتهم ومعاملاتهم على تنوعها واختلافها بسرعة وسهولة في وقت قياسي.

يرى البعض أن هذه التطبيقات إيجابية فيما يراها البعض الآخر سلبية، إلا أنه على أرض الواقع لا غني عنها بأي حال وعلى جميع الأصعدة الرسمية والغير رسمية.

لم يعد الأفراد وحدهم هم المستفيدون من تلك التطبيقات وتحدياتها بل أصبحت الشركات والمؤسسات تعتمد عليها بشكل لا غني عنه ومن خلالها تتواصل مع عملائها وتوطد الارتباط لديهم وتجدد الولاء، وبالرغم من كل هذا يبقى لهذه التكنولوجيا أثرها السلبي على المجتمع والصحة النفسية والعامة.

المدخل النظري للدراسة:

أولاً: النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية

تعتمد هذه الدراسة على " النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية "

(The Unified Theory of acceptance And use of Technology UTAUT)

توجد العديد من النماذج النظرية التي تساعد على فهم العوامل المؤثرة في تقبل تقنية المعلومات، وقد تم تطوير النظرية الموحدة لقبول التقنية واستخدامها على يد فنجاتش عام ٢٠٠٣، وتقوم النظرية على ثماني نظريات أو نماذج تتعلق بقبول التقنية، أبرزها : نظرية التصرفات المسببة (JKJ)، ونموذج قبول التقنية (TAM)، ونموذج الدافعية، ونظرية السلوك المخطط ( فرع منع الإرهاب )، ونموذج استخدام أجهزة الكمبيوتر الشخصية، ونظرية انتشار المبتكرات ونظرية المعرفة الاجتماعية<sup>(٢)</sup>.

وتدعم النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية بالأخص نموذج " تقبل التقنية " (Technology acceptance Model TAM)، الذي قدم عام ١٩٨٩، حيث يعتبر هذا النموذج من النماذج القوية في مجال تقنية المعلومات وفي مجال قبول تقنية الاتصال، كما يؤدي دوراً هاماً في فهم العوامل المؤثرة في تبني تقنية المعلومات<sup>(٣)</sup>.

ويكمن الهدف الرئيسي لنموذج قبول التقنية في توفير أساس لاكتشاف تأثير المتغيرات الخارجية على الاعتقاد الداخلي والاتجاهات والنوايا، ويفترض النموذج أن المنفعة المتوقعة وسهولة الاستخدام هما المحددان الأساسيان لتبني تقنية المعلومات في أي مؤسسة<sup>(٤)</sup>.

وهناك نوعان من العوامل في هذا النموذج هما بمثابة الأساس للعلاقة التي تخص استخدام التقنية، وهما : "نية الاستخدام" و"السلوك الفعلي أو الاستخدام"، وكلاهما مبني على عاملي المنفعة والسهولة المتوقعة، وتشير المنفعة المتوقعة إلى الدرجة التي يعتقد الشخص أن استخدامه النظام من شأنه أن يحسن أداءه الوظيفي، أما السهولة المتوقعة للاستخدام تشير إلى الدرجة التي يتوقع فيها الشخص أن استخدامه لنظام معين سيكون خالياً من أي جهد عقلي<sup>(٥)</sup>.

وقد استعانت نماذج هذه النظرية بالأداء المتوقع والجهد المتوقع وذلك بدمج بناء المكون في المنفعة المدركة وسهولة الاستخدام في نموذج تقبل التقنية الأصلي في عامل الأداء المتوقع، حيث يفترض نموذج هذه النظرية أن الجهد المبذول يمكن أن يشكل أهمية في تحديد قبول المستخدم لنظام تقنية المعلومات، أما ما يخص سهولة الاستخدام فهو غير مهم في الاستخدام، لأن المستخدم يتوقع سهولة الاستخدام في البداية أو في المراحل الأولى فقط للاستخدام التقنية الجديدة ويمكن ان يكون له تأثير ايجابي على تصوره لفائدة هذه التقنية<sup>(٦)</sup>.

وقد أعدت النظرية الموحدة لقبول التقنية واستخدامها لدراسة نظم وتقنية المعلومات في شركات الأعمال، وتهدف هذه النظرية إلى تفسير نية وسلوك الاستخدام، وتستخدم النظرية النية السلوكية كمؤشر لسلوك استخدام التقنية، وتقتصر النظرية أن الأداء المتوقع، والجهد المتوقع، والتأثير الاجتماعي، يؤثر بشكل مباشر على سلوك الاستخدام جنباً إلى جنب مع نية الاستخدام.

كما يسعى هذا النموذج إلى توضيح ما إذا كانت الاختلافات الفردية ( النوع، السن، الخبرة، طواعية الاستخدام) تؤثر على قبول واستخدام التقنية.

### فروض النظرية:

١. تفترض أن العلاقة بين كل من الأداء المتوقع والجهد المتوقع والعوامل الاجتماعية والنية السلوكية تختلف باختلاف العمر والجنس.

٢. اختلاف العلاقة بين النية السلوكية وكل من الجهد المتوقع والعوامل الاجتماعية تختلف باختلاف الخبرة.

٣. وجود علاقة بين التأثير الاجتماعي والنية السلوكية تختلف باختلاف طواعية الاستخدام.

٤. توجد علاقة بين سلوك الاستخدام والتسهيلات المتاحة تختلف باختلاف العمر والخبرة.

. بالإضافة إلى النية السلوكية وسلوك الاستخدام، يتكون نموذج هذه النظرية من أربعة عناصر:

#### ١. الأداء المتوقع :

ويقصد به المستوى الذى يطمح الأفراد في الوصول إليه عند استخدام التقنية ومدى تحقيق المكاسب في الأداء الوظيفي من خلال ذلك، أي النظر إلى مدى الاستفادة من هذه التقنية والشعور الفعلي بأثرها، وقد يكون هذا العامل محورياً، حيث أنه إذا اعتقد موظفو العلاقات العامة بسهولة استخدام التطبيقات الالكترونية في الاتصال التنظيمي مثل شبكات التواصل الاجتماعي (فيس بوك وتويتر وغيرها)، سيدعم هذا تحسين أدائهم في العمل، كتبادل المعلومات ونقل القرارات والأوامر من خلال هياكل الاتصال التنظيمي داخل المؤسسات، وكذلك تبادل الحوارات الفورية والمباشرة وعقد الاجتماعات والمؤتمرات عن بعد وبناء العلاقات الاجتماعية المختلفة مع الآخرين، سواء كانت رسمية أو شخصية، والذي لم يكن يحدث من قبل من خلال الوسائل التقليدية.

#### ٢. الجهد المتوقع :

ويعني مدى يسر وسهولة استخدام التقنية، والذي يظهر بشكل ملحوظ لموظفي العلاقات العامة حين يقومون بمقارنة الوقت والجهد المبذولان عند استخدام التطبيقات

الالكترونية في الاتصال التنظيمي لإنجاز مهمة ما، بالوقت والجهد المبذولان لإنجاز هذه المهمة ذاتها من خلال وسائل الإعلام التقليدية.

### ٣. العوامل الاجتماعية :

ويقصد بها إلى أي مدى يعتقد الأفراد أهمية أن الآخرين يعتقدون أنه ينبغي عليهم استخدام التقنيات الحديثة في العمل، ويؤكد هذا العامل على ما إذا كان ممارسو العلاقات العامة يتوقعون أن يقدر الآخرون ( رؤساء العمل، الزملاء في العمل، الجمهور الخارجي) استخدامهم للتطبيقات الالكترونية لمواكبة التقنيات الحديثة في العمل.

### ٤. التسهيلات المتاحة :

يتعلق هذا المتغير بتوفير الإمكانيات اللازمة لموظفي العلاقات العامة لتيسير استخدامهم للتطبيقات الالكترونية، ومدى استعداد البنية التحتية للمؤسسات لتهيئة البيئة المناسبة لهم لاستخدام التقنيات التكنولوجية الحديثة وتشمل هذه الإمكانيات ( الحواسب، الهواتف الذكية، شبكات الإنترنت )، كذلك سماح المؤسسات لهياكل الاتصالات التنظيمية داخلها باستخدام الإعلام الاجتماعي أثناء العمل وتقنين هذا الأمر لتيسير عملهم.

➤ - تطبيق النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية في الدراسة الحالية :

وقد تم تطبيق مبادئ النظرية في الدراسة في بعض أسئلتها وفقاً للآتي:

أولاً: الأداء المتوقع:

- استخدام التطبيقات الالكترونية ينمي الوعي ويساعد على سرعة اتخاذ القرار من خلال توفير الكم المناسب والآني من الاخبار والأحداث الراهنة والتي تختص بالمؤسسة بشكل مباشر.
- يمكنني استخدام التطبيقات الالكترونية في متابعة التواصل الدائم والمباشر مع الهيكل التنظيمي داخل المؤسسة.
- توفير الوقت والجهد.
- المساهمة في خلق وعي تكنولوجي للجمهور.
- تمكنني استخدام التطبيقات الالكترونية من إرسال الرسائل، ونقل المعلومات، واتخاذ القرارات، والحصول على رجع صدى مباشر يمكنني من تعديل الكثير من القرارات والأمور ، الأمر الذي لم تتمكن الوسائل التقليدية من إتمامه.

- تسمح لي التطبيقات الالكترونية بإدارة حوارات مباشرة مع القائمين بالاتصال بالمؤسسة، وكذلك التواصل والتحاوّر معهم ، مما يؤدي إلى تنمية التواصل.
- استخدام التطبيقات الالكترونية يمهّد لي تكوين العديد من العلاقات الشخصية التي تعزز الثقة بالنفس وتعود بالنفع على الرضا عن الخدمة.
- يسهل استخدام التطبيقات الالكترونية لي القيام بالمهام التي تتعلق بدحض الشائعات والتأكد من صحة ما يروج.
- يعمل استخدام التطبيقات الالكترونية علي التفاعلهم المباشر مع أنشطة المهنة أو المصلحة.
- الفائدة التي قد تعود على الجمهور من استخدام التطبيقات الإلكترونية الحديثة
- سرعة الحصول على الخدمة.
- سرعة وسهولة التواصل بين الجمهور والمصلحة.
- القدرة على متابعة القرارات والقوانين الجديدة.
- تجنب الاختلاط المباشر في أوقات انتشار الأوبئة والأمراض
- المساهمة في خلق وعي تكنولوجي للجمهور.
- سهولة تقديم الشكاوى المقترحات.
- تعزيز صورة المصلحة.
- تعزيز الثقة بين الجمهور والمؤسسة
- التفاعل المباشر مع الجمهور
- يسهم في إقامة حلقات نقاشية بين الجمهور وبعضهم تجاه الخدمة المقدمة.
- سرعة رد فعل المصلحة تجاه أي نقد أو مقترح.

ثانياً: الجهد المتوقع :

- من السهل على الوصول إلى مواقع الإنترنت والصفحات التي تتناول الأمور الخاصة بالهنة أو المصلحة التي تعامل معها.
- يمكنني استخدام التطبيقات الالكترونية من سهولة الحصول على الخدمة التي ارجب بها من الهنة أو المصلحة.



- . التطبيقات الالكترونية وسيلة سهلة ومرنة تمكني من التواصل المباشر مع شخص أو جهة ما من خلالها، الأمر الذي افتقرت إليه طويلاً الوسائل التقليدية.
- توفير الوقت والجهد
- سهولة تقديم الشكاوى المقترحات
- ثالثاً: التأثير الاجتماعي :
- استخدام التطبيقات الرقمية يسهم في وصول المصلحة وخدماتها إلى أكبر قدر الجمهور
- استخدام التطبيقات الرقمية التطور الحديث للتواصل في عصر التحول الرقمي.
- رابعاً: التسهيلات المتاحة :
- الأسباب التي تجعل المبحوثين يرون أن التعامل مع المصلحة أو الهيئة من خلال الإنترنت بسيط
- سرعة الوصول إلى عنوان الخدمة.
- الموقع يحتوي على العديد من الخيارات البسيطة في التصفح.
- سرعة تحميل الموقع
- سهولة التجول بين خيارات الموقع.
- تصميم الموقع بسيط وسهل.
- الموقع يحتوي على ارشاد وتوجيه.
- الموقع يحتوي على معلومات كافية.
- خامساً: النية السلوكية :
- هل تعتقد أنك سوف تكرر التعامل مع المصلحة أو الهيئة الحكومية للحصول على الخدمة عن طريق الانترنت.
- تأثير استخدام التطبيقات الرقمية على رضا الجمهور عن الخدمة المقدمة.
- الدراسات السابقة:
- قام الباحث برصد العديد من الدراسات السابقة التي تمثل تراثاً نظرياً ويتم استعراضها كما يلي:

هناك دراسات ربطت بين استخدام التقنيات الرقمية الحديثة وممارسات العلاقات العامة مثل دراسة<sup>(7)</sup> (Eyrichetal, 2008) التي توصلت إلى أن تقنيات الاتصال الجديدة دعمت العلاقات العامة من خلال زيادة قدرات الممارسين للوصول إلى عدد أكبر من الجماهير إلى جانب خلق علاقات أفضل مع جمهورهم الداخلي والخارجي، دون الحاجة إلى حراس البوابات الإعلامية ، في حين يؤكد آخرون أن التطبيقات الرقمية تحد من قوة العلاقات العامة عن طريق نقل قوة توليد المعلومات للجمهور وفقاً لدراسة<sup>(8)</sup> (Taylor Kent 2010)، وتوصلت دراسة<sup>(9)</sup> (Diagand Kelleher, 2009) إلى أن ممارسي العلاقات العامة الذين يستخدمون التطبيقات الرقمية ومنها وسائل التواصل الاجتماعي أعطتهم سلطة أكبر في أعمالهم وهو نفس ما توصلت إليه دراسة (حسن الصيفي ٢٠١٥)<sup>(١٠)</sup>، وفي ذات السياق أكدت دراسة<sup>(11)</sup> (Kalyca,ly LynnBecktel, 2018) على أن التقدم المستمر للتكنولوجيا أعطى الفرصة لممارسي العلاقات العامة لبناء علاقات مع الجمهور بطرق مبتكرة من خلال استخدام وسائل الإعلام الرقمية، حيث يمكن للممارسين الوصول إلى الحياة اليومية للجمهور الكبير والمستهدف والتحاوور معهم والتعامل معهم نيابةً عن منظمة ما، وهو الأمر الذي يتفق مع ما

توصل إليه<sup>(12)</sup> (Sarah Kane, 2012) بأن هناك عصرًا جديدًا من أنشطة العلاقات العامة التي تركز على التكنولوجيا التي تم إحداثها من خلال الإنترنت وتسهيل استخدامها بالأدوات الحديثة ، حيث ستضم 3.0 أساسيات جديدة للعلاقات المستمدة من وسائل الإعلام الاجتماعية، مثل النشر الذاتي ، والشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت ، وإمكانية بناء مشاركات وعلامات تجارية من خلال المحتوى الرقمي، والحملات التفاعلية، وفي ذات السياق.

أجريت دراسة<sup>(13)</sup> (Springston, Jeffrey 2001) على عينة من ممارسي العلاقات العامة حول استخدامهم للإنترنت في العلاقات العامة، ، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن معظم موظفو العلاقات العامة وافقوا على أن الإنترنت تتضمن أبرز مقومات التواصل، واتضح من خلال الدراسة أن استخدام البريد الإلكتروني وتصفح مواقع الويب لدى ممارسي العلاقات العامة أصبح أمراً شائعاً، كما اتضح أن الوسائط المتعددة والأشكال التفاعلية للإنترنت من قبل ممارسي العلاقات العامة تتم كما ينبغي.

وتناولت دراسات عدة أهم أدوات وتطبيقات التحول الرقمي ففي دراسة ( حاتم

الصالحى(٢٠١٥) (١٤) تصدرت الأدوات التفاعلية التي تبحثها الدراسة ( الفيس بوك والمواقع الإلكترونية ) إلى جانب البريد الإلكتروني قائمة الأدوات التفاعلية الأكثر استخدامًا من قبل ممارسي العلاقات العامة، وأثبتت نتائج دراسة

(15) (Moya,2014) أن قيمة فعالية مواقع الشبكات الاجتماعية كأداة اتصال زادت في مجال العلاقات العامة ، في حين أكدت دراسة(16) 2015 (Agozzino) على ضرورة مواكبة تقنيات وتطبيقات الوسائط الرقمية الجديدة، وأكدت دراسة (Melissa Beth Adams (17) (2018)، حيث أن التطبيقات التكنولوجية الرقمية الجديدة مثل ( وسائل الإعلام الاجتماعية، الحوسبة السحابية، علم البيانات، الهواتف الذكية،...) تقود التحول الهائل في الاقتصاد العالمي، ويتيح تقارب هذه التقنيات لنماذج الأعمال الطرق المبتكرة التي قد يعطل عدم وجودها الوضع الراهن للعديد من المنظمات، حيث تجبر التغيرات الرقمية العديد من الشركات وحتى الصناعات بأكملها، على إعادة التفكير في نماذج أعمالهم والطريقة التي تمارس بها العلاقات العامة، بعكس ما سبق تناولت دراسة (حورية بولعويادات ٢٠٠٨) (١٨) معرفة ترتيب التكنولوجيات الاتصالية الأربع المدروسة (جهاز الحاسوب، الإنترنت، الإنترنت، الإكسترنانت) انطلاقاً من نسبة استخدام كل تكنولوجيا، ومن أبرز نتائج الدراسة وجود تباين في استخدام هذه التكنولوجيات، حيث احتل جهاز الحاسوب المرتبة الأولى في الاستخدام بينما احتلت شبكة الإنترنت المرتبة الثانية وعادت المرتبة الثالثة لشبكة الإنترنت، فيما عادت المرتبة الأخيرة لشبكة الإكسترنانت.

وقد أجمعت نتائج دراسة كل من (19) (Lee, Dozier,2015) ودراسة (20) (Schoenmaketr,2014) أن تكلفة الحصول على التكنولوجيات الرقمية الجديدة كبيرة، كما أن هناك أدلة قوية على أن الاستخدام الحالي لوسائل الإعلام الاجتماعية موجه إلى المصالح التجارية مثل دعم التسويق وهو ما يؤثر على عمل العلاقات العامة، وشددت دراسة (محمود رشاد وسمر مهران ٢٠١٩) (٢١) على أهمية تضمين وظائف العلاقات العامة الرقمية في المجالات الحياتية المختلفة بكافة المنظمات الإنتاجية والخدمية، بهدف تيسير الأعمال، ومواكبة متغيرات التحول نحو التكنولوجيا الرقمية بكافة المجالات كالتعليم، والسياحة، والإدارة وغيرها.

هناك دراسات اتفقت في الهدف وهو التعرف على درجة تأثير استخدام تطبيقات

تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأداء في المؤسسات، وبيان الفروق لأثر هذه التطبيقات على وظائف العلاقات العامة وتمثل هذا في دراسة كل من (محمد عرفات زيدان، عادل مسغوني ٢٠١٨) (٢٢)، ودراسة (هايا تحسين منصور ٢٠١٤) (٢٣)، كما اتفقت الدراستين في جزء من النتائج التي خلصت إليها، وهو أن هناك درجة عالية من استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في وظائف العلاقات العامة في المؤسسات محل الدراسة، وجاءت نتيجة دراسة (رماش كريمة، عمران أمينة ٢٠١٥) (٢٤) أشمل من الدراستين السابقتين من حيث الأهداف والنتائج حيث توصلت إلى أن إدارة المؤسسة تملك الإرادة الكاملة لتوفير جميع وسائل الاتصال الحديثة والمتعلقة بتكنولوجيا الاتصال، حيث نجد أن المؤسسة لها إمكانية كبيرة وحقيقية لتوفير الأجهزة والحواسيب لكل المصالح والمكاتب التي لها حاجة بهذه الأجهزة، وأن المؤسسة بها شبكات محلية بها نسبة ربط عالية، وأيضاً ربط بخدمة الأنترنت منذ نشأة المركز، وأن وسائل الاتصال الحديثة ساهمت في تحسين سير العمل في المؤسسة وتغيير سلوك الموظفين والمساعدة والمشاركة في اتخاذ القرار، كما أدت أيضاً هذه التكنولوجيا إلى تحسين الاتصال الإداري بالمؤسسة، وتسعى هذه التكنولوجيا إلى تسهيل وإيصال ونقل وحفظ البيانات والمعلومات في أسرع وقت وبأقل تكلفة، واتفقت أيضاً معهم من حيث الهدف دراسة (Hengst and Henk, 2001) (٢٥) التي هدفت إلى الوصف المبادئ التوجيهية التي يمكن من خلالها توقع تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في هياكل التنسيق المشتركة بين المنظمات، وأكد الباحث أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تمكن المنظمات من زيادة القدرة على تشكيل التنسيق بين المنظمات على نطاق واسع نظراً لخفض التكاليف، وكان من أبرز النتائج أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال في هياكل التنسيق تمثل قوة دافعة وتعمل على تقديم المبادئ التوجيهية.

في ذات السياق اتفقت أيضاً دراسة (مرشد أحمد شرف، هزاع ٢٠١٣) (٢٦) مع الدراسات السابقة في الاهداف حيث هدفت الدراسة إلى معرفة حدود تأثير استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على طبيعة العلاقات الاجتماعية لطلاب الجامعات في المجتمع اليمني، واختلفت في بعض النتائج مثل أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة لم تشبع رغبات عينة البحث فيما يتعلق بعلاقاتهم الاجتماعية، كما أنها تعتبر مكملاً للاتصال والمقابلات الشخصية حيث يعتمد عليها الأفراد في التواصل مع العلاقات البعيدة أكثر من العلاقات المحلية واتفقت في بعض النتائج مثل أن استخدام الإنترنت والهاتف المحمول له تأثير إيجابي في تحسين

علاقتهم بأصدقائهم وأفراد أسرهم وأنها أصبحت أقوى بفضل استخدام تكنولوجيا الاتصال كما أن تأثير استخدام الهاتف المحمول على العلاقات الاجتماعية عينة البحث كان أكبر وأوضح مقارنةً بتأثير استخدام الإنترنت، وأظهرت نتائج الدراسة أيضاً أن الإنترنت أصبح من الوسائل المهمة لتكوين العلاقات الاجتماعية، حيث أفاد معظم من تم إجراء البحث عليهم أنهم تعرفوا على أصدقاء من خلال الإنترنت كما أنها تحولت إلى علاقات حقيقية بعد ذلك.

هدفت دراسة (عبدالله، الشهري ٢٠٠٣)<sup>(٢٧)</sup> إلى التعرف على واقع استخدام تقنيات الاتصال في إدارة العلاقات العامة في واحدة من أكبر الشركات العاملة في مجال النفط في العالم، والتي اتفقت في الهدف مع دراسة (JoandJung, 2005)<sup>(٢٨)</sup>، والتي سعت للتعرف على كيفية استخدام هذه المنظمات العالمية للصفحات الرئيسية للمواقع الإلكترونية في ممارسة العلاقات العامة لكن اختلفت نتائج الدراستين فنجد أن الدراسة الأولى أسفرت عن ارتفاع مدى الاستخدامات التطبيقية لتقنيات الاتصال في المؤسسة عينة الدراسة، في حين كانت من أبرز نتائج الدراسة الثانية وجود اختلافات أساسية في مواقع شركات الدولتين محل الدراسة نظراً لاختلاف أساليب الإدارة، واختلاف البيئات الثقافية والسياسية والاقتصادية فيهما.

واتفقت أيضاً الدراستان السابقتان مع دراسة (سالم عبد الله ، السلطان ٢٠١١)<sup>(٢٩)</sup> في الهدف حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام تكنولوجيا الاتصال في المؤسسات بدولة الكويت، وكانت من أبرز النتائج أن ٩١.٤٪ من أفراد العينة أكدوا أن خدمة الإنترنت متوفرة في قسم العلاقات العامة، وأن ٤٦.٤٪ من أفراد العينة يرون أن جهة عملهم قد قامت بتدريبهم على استخدام شبكة الإنترنت ، وكذلك أن موقع المستشفى الإلكتروني الأكثر استخداماً بنسبة ٥٢.١٪، يليه البريد الإلكتروني بنسبة ٤٤٪، ثم الصحف الإلكترونية بنسبة ٤٢.٩٪، ويليها قوائم الأخبار بنسبة ٣٢.١٪.

استعرضنا فيما سبق الدراسات السابقة العربية والأجنبية التي لها علاقة مباشرة وغير مباشرة بموضوع الدراسة بهدف التعرف على التوجهات العلمية المختلفة لمشكلة الدراسة، ووجدنا أن هناك أوجه للإتفاق والإختلاف بين هذه الدراسات كما وجد أن السمة الغالبة على هذه الدراسات هي استخدام المنهج الوصفي في البحث والاستعانة بالاستبانة والمقابلة المقننة كأداه من أدوات جمع البيانات.

ومن خلال استعراض أهم أهداف الدراسات السابقة ومناهجها البحثية وأهم ما نتج عنها،  
يمكننا التوصل إلى مايلي:

١- ندرة الدراسات العربية والأجنبية التي تعرضت لدراسة التحول الرقمي بشكل عام الإلكترونية ولكن بعض الدراسات تطرقت إلى التطبيقات الإلكترونية .

٢- تطرقت العديد من الدراسات إلى العلاقة المتبادلة بين الإنترنت والعلاقات العامة باتجاهاتها المختلفة .

٣- بعض الدراسات تناولت تأثير التكنولوجيا الاتصالية على العملية الاتصالية.

٥- تنوعت النتائج من دراسة إلى أخرى وفقاً للبيئة ومجتمع الدراسة والعوامل الديموغرافية، وكذلك في المنهج وفي كل من: طرق جمع البيانات وعدد عينة الدراسة والظروف الزمانية والمكانية، وهذا التنوع لا يقلل من أهمية النتائج البحثية، بل تؤكد اجراء الدراسة الحالية.

٦- أكدت جميع الدراسات على أهمية استخدام التطبيقات الإلكترونية المتنوعة المتاحة عبر شبكة الإنترنت.

٧- أكدت جميع الدراسات على أهمية مواكبة الثورة التكنولوجية الحديثة وتوظيف ذلك في العلاقات العامة لمؤسساتنا داخلياً وخارجياً.

تميزت هذه الدراسة عن الدراسات السابقة في:

اختصت هذه الدراسة بشكل بالبحث في أهمية التحول الرقمي في المصالح والهيئات الحكومية ومدى تأثير اعتماد هذه المصالح والهيئات على رضا الجمهور عن الخدمة المقدمة، وهذا ما أضفى على هذه الدراسة حيويتها ليجعلها نقطة انطلاق قوية نحو دراسات مستقبلية مباشرة حيث أن العالم اتجه بقوة في شتى المجالات نحو التحول الرقمي وخاصة في الظروف الغير طبيعية مثل ظهور الأوبئة والأمراض والحروب والكوارث الطبيعية.

مشكلة الدراسة:

أمكن الوصول إلى تحديد المشكلة البحثية في ضوء خطورة الظاهرة الاتصالية وما تمثله من تحديات على مستوى الفرد والمجتمع، في ضوء ما شهدته مصر من الاتجاه نحو التحول الرقمي. مما أدى إلى ضرورة البحث في استخدام المؤسسات والهيئات للتطبيقات الإلكترونية المختلفة في العملية الاتصالية وانعكاس ذلك على الجمهور ومقياس مدى رضاه

عن الخدمة والمؤسسة. وتمثلت المشكلة البحثية في: فاعلية التحول الرقمي في المصالح والهيئات الحكومية الخدمية وانعكاسه على تحقيق رضا الجمهور عن الخدمة المقدمة. أهمية الدراسة:

تعود أهمية الدراسة إلى الأهمية المتمثلة في التطبيقات الإلكترونية واستخدامها في العملية الاتصالية مع الجمهور في المؤسسات والهيئات المختلفة ومدى انعكاس ذلك على رضا الجمهور عن الخدمة والمؤسسة أو الهيئة التي يتعامل معها ومن ثم أصبحت عملية التحول الرقمي ضرورة للتقدم في خدمة الجمهور في المؤسسات والهيئات الحكومية والخاصة على حد سواء، بما يساهم في إنجاز أعمالها بأقل التكاليف المادية والجهود البشرية في ظل التقدم التكنولوجي السريع في مجال الاتصالات التكنولوجية الحديثة . أهداف الدراسة:

١. الكشف عن أسباب ودوافع تعامل الجمهور إلكترونياً مع المصالح أو الهيئات.
  ٢. رصد التطبيقات الرقمية التي لمسها الجمهور خلال تعامله مع المصلحة أو الهيئة.
  ٣. تقييم الجمهور لدرجة استخدام المصلحة أو الهيئة التي تعامل معها للتطبيقات الرقمية .
  ٤. معرفة الأسباب التي كان لها تأثير على رضا الجمهور عن الخدمة من خلال تطبيق البرامج الرقمية
  ٥. معرفة تأثير استخدام التطبيقات الرقمية على رضا الجمهور عن الخدمة المقدمة
  ٦. تقييم الجمهور لنجاح المصلحة أو الهيئة التي تعامل معها في تطبيق الخدمة إلكترونياً.
- تساؤلات الدراسة:

١. ما أسباب ودوافع تعامل الجمهور إلكترونياً مع المصالح أو الهيئات؟
٢. يوضح هل واجه المبحوثين صعوبة في الوصول إلى مواقع الإنترنت أو صفحات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها المصلحة أو الهيئة لتقديم الخدمة للجمهور؟
٣. ما التطبيقات الرقمية التي لمسها المبحوثين خلال تعاملهم مع المصلحة أو الهيئة؟
٤. ما درجة تقييم المبحوثين لاستخدام المصلحة أو الهيئة التي تعامل معها للتطبيقات الرقمية؟
٥. ما الفائدة التي قد تعود على الجمهور من استخدام التطبيقات الإلكترونية الحديثة؟
٦. هل ساعد استخدام المصلحة أو الهيئة التي للتطبيقات الرقمية في رضا الجمهور؟

٧. ما الأسباب التي كان لها تأثير على رضا الجمهور عن الخدمة من خلال تطبيق البرامج الرقمية؟

٨. ما تأثير استخدام التطبيقات الرقمية على رضا الجمهور عن الخدمة المقدمة؟  
فروض الدراسة:

- الفرض الأول : الفرض الأول: يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة استخدام المبحوثين للتطبيقات الرقمية التي تقدم الخدمة للجمهور وبين رضاهم عن الخدمة المقدمة جراء التطبيقات الرقمية.
- الفرض الثاني: يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة استخدام المبحوثين للتطبيقات الرقمية التي تقدم الخدمة للجمهور وبين تقييمهم لمدى نجاح المصلحة أو الهيئة التي تعاملوا معها في تطبيق الخدمة إلكترونياً.
- الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة في تقييم المبحوثين لمدى نجاح المصلحة أو الهيئة التي تعاملوا معها في تطبيق الخدمة إلكترونياً تبعاً للمتغيرات الديموغرافية.

نوع الدراسة ومنهجها:

تقع الدراسة في إطار الدراسات الوصفية التحليلية التي تعتمد على منهج المسح لرصد وتوصيف وتفسير وتحليل الظاهرة في المصالح والهيئات محل الدراسة خلال الفترة من ديسمبر ٢٠٢٠ إلى فبراير ٢٠٢١.

وفي هذا السياق، استخدمت هذه الدراسة منهج المسح في اتجاهين:

الاتجاه الأول:

مسح لمجموعة المؤسسات عينة الدراسة التي تستخدم التحول الرقمي في العملية الاتصالية مع الجمهور.

الاتجاه الثاني:

مسح لاتجاهات الجمهور المتعامل مع هذه المؤسسات عينة الدراسة ومعرفة مدى درجة وقاس الرضا عن الخدمة المقدمة .

أدوات التحليل:



اعتمد الباحث على أداة الاستبيان على عينة من الجمهور المتعامل مع المصالح أو الهيئات محل الدراسة، حيث تم تصميمها منهجياً لتضمن تحقيق أهداف الدراسة وترد على تساؤلاتها وتحقق من فروضها.

عينة الدراسة :

أولاً: عينة المصالح والهيئات :

قام الباحث بتحديد عينة الدراسة بناءً على نتائج الدراسة الاستطلاعية التي أجراها على عدد (٥٠) مفردة من الجمهور المتعامل مع المصالح والهيئات الحكومية بشكل عام والتي أشارت إلى أن ، مصلحة الأحوال المدنية، والهيئة القومية لسكك الحديدية تصدران أولويات المصالح والهيئات التي تتعامل معها الجمهور ثم يليهم الهيئة العامة للتأمين الصحي ومصلحة الشهر العقاري.

ثانياً: الميدانية:

تتمثل عينة الدراسة الميدانية في (٤٠٠) مفردة من الجمهور المتعامل مع المؤسسات والهيئات التي تم اختيارها كعينة للدراسة.

مجتمع الدراسة الميدانية:

ينحصر مجتمع الدراسة الميدانية في عينة من الجمهور المتعامل مع المؤسسات والهيئات حتى يتم التعرف على مدى استخدام المؤسسات والهيئات عينة الدراسة للتحويل الرقمي والتطبيقات الإلكترونية ، ومدى انعكاس ذلك على مستوى الرضا المقدمة للجمهور اختبار الصدق والثبات:

تم الاعتماد في قياس الصدق على الصدق الظاهري للاستمارة وقدرتها الإجابة على تساؤلات الدراسة والتحقق من فرضياتها، وتم ذلك من خلال عرض الاستمارة الميدانية على مجموعة من الخبراء والمتخصصين والمحكمين في مجال الإعلام<sup>(\*)</sup> الذين أشاروا بصلاحياتها

(\*) تم عرض بيانات الاستمارتين على السادة:

- ١- أ.د./ محمود يوسف، أستاذ العلاقات العامة ووكيل كلية الإعلام جامعة القاهرة سابقاً.
- ٢- أ.د.حنان جنيد، أستاذ العلاقات العامة والإعلان ووكيل كلية الإعلام جامعة القاهرة.
- ٣- أ.د./ محمود عبد العاطي، أستاذ الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة الأزهر.
- ٤- أ.د. / محمد زين، أستاذ الإعلام وعميد المعهد التكنولوجي العالي للإعلام بالمنيا.

للتطبيق وقدرتهما على قياس ما يفترض قياسه بعد إضافة بعض البدائل وحذف الأخرى.. وعلى مستوى الثبات في الدراسة الميدانية فقامت الباحثة بإعادة الاختبار *Re-test* على عدد (٣٠) مفردة بنسبة ١٥٪ من حجم العينة بعد فترة أسبوع من جمع البيانات، حيث بلغت نسبة ثبات البيانات ٩٤٪، وهي نسبة عالية تدل على ثبات البيانات.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم ترميز الاستمارة لإدخالها للحاسب الآلي لإجراء المعالجات الإحصائية باستخدام برنامج *Spss* وتم الاعتماد على معاملات بيرسون، واختبارات *T-Test* لقياس فروض الدراسة والتحقق منها .

أولاً: نتائج الدراسة الميدانية:

جدول رقم (١)

يوضح تعامل المبحوثين مع المصالح أو الهيئات الحكومية

تعامل المبحوثين مع المصالح أو الهيئات الحكومية	ك	%
نعم	٤٠٩	٩٨.٨٪
لا	٥	١.٢٪
الإجمالي	٤١٤	١٠٠.٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

تصدرت فئة " نعم" مقدمة إجابات المبحوثين - عينة الدراسة - حول تعاملهم مع المصالح أو الهيئات الحكومية بنسبة بلغت ٩٨.٨٪، بينما جاءت فئة " لا" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١.٢٪.

٥- أ.د./ محمد محفوظ، أستاذ العلاقات العامة والإعلان كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال جامعة جنوب الوادي.

٦- أ.د. رزق سعد، أستاذ العلاقات العامة والإعلان كلية الإعلام جامعة الزهر.

٧- أ.د. نيرمين خضر، أستاذ العلاقات العامة والإعلان كلية الإعلام جامعة القاهرة.

## جدول رقم (٢)

يوضح المصالح أو الهيئات الحكومية التي يتعامل معها المبحوثين

المصالح أو الهيئات الحكومية التي يتعامل معها المبحوثين	ك	%
الهيئة القومية للسكك الحديدية	١٩٦	٤٧.٩%
مصلحة الأحوال المدنية.	١٣٩	٣٤.٠%
الهيئة العامة للتأمين الصحي	٩٥	٢٣.٢%
مصلحة الشهر العقاري	٧٨	١٩.١%
		ن = ٤٠٩

توضح بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

تصدرت " الهيئة القومية للسكك الحديدية " مقدمة المصالح أو الهيئات الحكومية التي يتعامل معها المبحوثين بنسبة بلغت ٤٧.٩٪، بينما جاءت " مصلحة الأحوال المدنية" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٣٤.٠٪؛ في حين جاءت الهيئة العامة للتأمين الصحي" في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٢٣.٢٪، بينما جاءت مصلحة الشهر العقاري في المرتبة الرابعة والأخيرة بنسبة بلغت ١٩.١٪.

## جدول رقم (٣)

يوضح طريقة تعامل المبحوثين مع المصالح أو الهيئات الحكومية

طريقة تعامل المبحوثين مع المصالح أو الهيئات الحكومية	ك	%
التعامل المباشر من خلال الذهاب إلى المصلحة	٢٠	٤.٩%
التعامل الإلكتروني من خلال الإنترنت	٣٨٩	٩٥.١%
الإجمالي	٤٠٩	١٠٠.٠%

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

تصدر تعامل المبحوثين الإلكتروني من خلال الإنترنت مقدمة طريقة تعامل المبحوثين مع المصالح أو الهيئات الحكومية بنسبة بلغت ٩٥.١٪، بينما جاء تعامل المبحوثين المباشر من خلال الذهاب إلى المصلحة في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٤.٩٪.

#### جدول رقم (٤)

يوضح أسباب ودوافع تعامل المبحوثين إلكترونياً مع هذه المصالح أو الهيئات

الهيئات	ك	%
بسبب وجود وباء كورونا	٢٢٦	٥٤.٦٪
لتوفير الوقت والجهد	٢٠٥	٥٢.٧٪
عدم وجود بديل	١٧٨	٤٥.٨٪
للحصول على الخدمة بشكل سهل	١٧٣	٤٤.٥٪
لأن المصلحة تعلن عن عروض للحصول على الخدمة إلكترونياً	٣١	٨.٠٪
لكثرة اعلاناتها في وسائل الإعلام	٢٤	٦.٢٪
ن = ٣٨٩		

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

تصدر سبب " وجود وباء كورونا" مقدمة أسباب ودوافع تعامل المبحوثين إلكترونياً مع هذه المصالح أو الهيئات بنسبة بلغت ٥٤.٦٪، بينما جاء سبب " توفير الوقت والجهد" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٥٢.٧٪، بينما جاء سبب " عدم وجود بديل" في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٤٥.٨٪، في حين جاء سبب الحصول على الخدمة بشكل سهل في المرتبة الرابعة ضمن أسباب ودوافع تعامل المبحوثين إلكترونياً مع هذه المصالح أو الهيئات بنسبة بلغت

٤٤.٥٪، بينما حل سبب أن المصلحة تعلن عن عروض للحصول على الخدمة إلكترونياً في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٨.٠٪، في حين حل سبب " كثرة إعلاناتها في وسائل الإعلام" في المرتبة السادسة ضمن أسباب ودوافع تعامل المبحوثين إلكترونياً مع هذه المصالح أو الهيئات بنسبة بلغت ٦.٢٪.

#### جدول رقم (٥)

يوضح هل واجه المبحوثين صعوبة في الوصول إلى مواقع الإنترنت أو صفحات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها المصلحة أو الهيئة لتقديم الخدمة للجمهور

ك	%	هل واجه المبحوثين صعوبة في الوصول إلى مواقع الإنترنت أو صفحات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها المصلحة أو الهيئة لتقديم الخدمة للجمهور
٢١٦	٥٥.٥٪	نعم
١٧٣	٤٤.٥٪	لا
٣٨٩	١٠٠.٠	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

تصدرت فئة " نعم" مقدمة إجابات المبحوثين - عينة الدراسة - حول مدى مواجهتهم صعوبة في الوصول إلى مواقع الإنترنت أو صفحات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها المصلحة أو الهيئة لتقديم الخدمة للجمهور بنسبة بلغت ٥٥.٥٪، بينما جاءت فئة "لا" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٤٤.٥٪.

## جدول رقم (٦)

يوضح هل كان التعامل مع المصلحة أو الهيئة من خلال الانترنت سهل وبسيط

هل كان التعامل مع المصلحة أو الهيئة من خلال الانترنت سهل وبسيط	ك	%
نعم	٢٨٦	٧٣.٥%
لا	١٠٣	٢٦.٥%
الإجمالي	٣٨٩	١٠٠.٠%

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

تصدرت فئة "نعم" مقدمة إجابات المبحوثين - عينة الدراسة - حول أن التعامل مع المصلحة أو الهيئة من خلال الإنترنت سهل وبسيط بنسبة بلغت ٧٣.٥٪، بينما جاءت فئة "لا" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٢٦.٥٪.

## جدول رقم (٧)

يوضح الأسباب التي تجعل المبحوثين يرون أن التعامل مع المصلحة أو الهيئة من خلال الإنترنت بسيط

الأسباب التي تجعل المبحوثين يرون أن التعامل مع المصلحة	ك	%
سرعة الوصول إلى عنوان الخدمة.	١٤١	٤٩.٣%
الموقع يحتوي على العديد من الخيارات البسيطة في التصفح.	١٤١	٤٩.٣%
سرعة تحميل الموقع	١٣٠	٤٥.٥%
سهولة التجول بين خيارات الموقع.	١٢٨	٤٤.٨%
تصميم الموقع بسيط وسهل.	١٢٧	٤٤.٤%
الموقع يحتوي على ارشاد وتوجيه.	٩٣	٣٢.٥%
الموقع يحتوي على معلومات كافية.	٨٦	٣٠.١%
ن = ٢٨٦		

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

جاء سببا " سرعة الحصول على عنوان الخدمة" ، " الموقع يحتوي على العديد من الخيارات البسيطة في التصفح "في مقدمة الأسباب التي جعلت المبحوثين يرون أن التعامل مع المصلحة أو الهيئة من خلال الإنترنت بسيط بنسبة بلغت ٤٩.٣٪، بينما جاء سبب " سرعة تحميل الموقع" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٤٥.٥٪، بينما جاء سبب " سهولة التجول بين خيارات الموقع" في المرتبة الثالثة ضمن الأسباب التي جعلت المبحوثين يرون أن التعامل مع المصلحة أو الهيئة من خلال الإنترنت بسيط بنسبة بلغت ٤٤.٨٪، بينما جاء سبب " تصميم الموقع بسيط وسهل" في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٤٤.٤٪، في حين جاء سبب " أن الموقع يحتوي على إرشاد وتوجيه" في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٣٢.٥٪؛ في حين حل سبب " أن الموقع يحتوي على معلومات كافية" في المرتبة السادسة ضمن الأسباب التي جعلت المبحوثين يرون أن التعامل مع المصلحة أو الهيئة من خلال الإنترنت بسيط بنسبة بلغت ٣٠.١٪.

#### جدول رقم (٨)

يوضح الأسباب التي تجعل المبحوثين يرون أن التعامل مع المصلحة أو الهيئة من خلال الإنترنت صعب

ك	%	الأسباب التي تجعل المبحوثين يرون أن التعامل مع المصلحة
٧٥	٧٢.٨٪	صعوبة تحميل الموقع
٤٧	٤٥.٦٪	تصميم الموقع معقد وصعب
٤٦	٤٤.٧٪	الموقع لا يحتوي على العديد من الخيارات البسيطة في
٤٦	٤٤.٧٪	صعوبة الوصول إلى عنوان الخدمة
٤٣	٤١.٧٪	الموقع لا يحتوي على إرشاد وتوجيه
٣٥	٣٤.٠٪	الموقع لا يحتوي على معلومات كافية
٣٠	٢٩.١٪	صعوبة التجول بين خيارات الموقع
		ن = ١٠٣

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

جاء سبب " صعوبة تحميل الموقع" في مقدمة الأسباب التي جعلت المبحوثين يرون أن التعامل مع المصلحة أو الهيئة من خلال الإنترنت صعب بنسبة بلغت ٧٢.٨٪، بينما جاء سبب " تصميم الموقع معقد وصعب في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٤٥.٦٪؛ في حين جاء سببا" صعوبة الوصول إلى عنوان الخدمة"، " أن الموقع لا يحتوي على العديد من الخيارات البسيطة في التصفح" في المرتبة الثالثة ضمن الأسباب التي جعلت المبحوثين يرون أن التعامل مع المصلحة أو الهيئة من خلال الإنترنت صعب بنسبة بلغت ٤٤،٧٪، بينما جاء سبب " أن الموقع لا يحتوي على إرشاد وتوجيه" في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٤١.٧٪، بينما جاء سبب " أن الموقع لا يحتوي على معلومات كافية" في المرتبة الخامسة ضمن الأسباب التي جعلت المبحوثين يرون أن التعامل مع المصلحة أو الهيئة من خلال الإنترنت صعب بنسبة بلغت ٣٤.٠٪، في حين حل سبب " صعوبة التجول بين خيارات الموقع" في المرتبة السادسة والأخيرة ضمن الأسباب التي جعلت المبحوثين يرون أن التعامل مع المصلحة أو الهيئة من خلال الإنترنت صعب بنسبة بلغت ٢٩.١٪.

## جدول رقم (٩)

يوضح الوقت الذي يستغرقه المبحوثين في الحصول على الخدمة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	الوقت الذي يستغرقه المبحوثين في الحصول على الخدمة
١.٢٠٥١٢	٤.٠٣٦٠	4.9	19	شهر فأكثر
		9.5	37	أسبوع فأكثر
		12.9	50	يوم فأكثر
		22.6	88	ساعتان فأكثر
		50.1	195	ساعة
		100.0	389	الاجمالي

توضح بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:



تصدرت فئة " ساعة" مقدمة الأوقات التي يستغرقها المبحوثين في الحصول على الخدمة بنسبة بلغت ٥٠.١٪، بينما جاءت " ساعتان فأكثر" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٢٢.٦٪؛ في حين حل فئة " يوم" في المرتبة الثالثة ضمن الأوقات التي يستغرقها المبحوثين في الحصول على الخدمة بنسبة بلغت ١٢.٩٪، بينما جاءت فئة " أسبوع فأكثر" في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٩.٥٪؛ في حين حلت فئة " شهر فأكثر" في المرتبة الخامسة ضمن الأوقات التي يستغرقها المبحوثين في الحصول على الخدمة بنسبة بلغت ٤.٩٪.

## جدول رقم (١٠)

يوضح التطبيقات الرقمية التي لمسها المبحوثين خلال تعاملهم مع المصلحة أو الهيئة

التطبيقات الرقمية التي لمسها المبحوثين خلال تعاملهم مع المصلحة أو الهيئة	ك	%
الموقع الالكتروني	٣٢٧	٨٤.١٪
فيس بوك	٢٠٢	٥١.٩٪
البريد الإلكتروني	١١٠	٢٨.٣٪
الرسائل القصيرة	٥٤	١٣.٩٪
واتس اب	٤٤	١١.٣٪
تويتر	٣٠	٧.٧٪
يوتيوب	٢٨	٧.٢٪
ماسنجر	٢٢	٥.٧٪
الانستجرام	٢١	٥.٤٪
تيلي جرام	٩	٢.٣٪
ن = ٣٨٩		

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

تصدر " الموقع الإلكتروني " مقدمة التطبيقات الرقمية التي لمسها المبحوثين خلال تعاملهم مع المصلحة أو الهيئة بنسبة بلغت ٨٤.١٪، بينما جاء "الفيسبوك" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٥١.٩٪، بينما جاء " البريد الإلكتروني" في المرتبة الثالثة ضمن التطبيقات الرقمية التي لمسها المبحوثين خلال تعاملهم مع المصلحة أو الهيئة بنسبة بلغت ٢٨.٣٪، بينما جاءت " الرسائل القصيرة" في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ١٣.٩٪، بينما جاء تطبيق " الواتس آب" في المرتبة الخامسة ضمن التطبيقات الرقمية التي لمسها المبحوثين خلال تعاملهم مع المصلحة أو الهيئة بنسبة بلغت ١١.٣٪، بينما جاء تطبيق " تويتر" في المرتبة السادسة بنسبة بلغت ٧.٧٪، بينما جاء تطبيق " يوتيوب" في المرتبة السابعة ضمن التطبيقات الرقمية التي لمسها المبحوثين خلال تعاملهم مع المصلحة أو الهيئة بنسبة بلغت ٧.٢٪؛ في حين جاء تطبيق " ماسنجر" في المرتبة الثامنة بنسبة بلغت ٥.٧٪، بينما جاء تطبيق " الانستجرام" في المرتبة التاسعة ضمن التطبيقات الرقمية التي لمسها المبحوثين خلال تعاملهم مع المصلحة أو الهيئة بنسبة بلغت ٥.٤٪؛ في حين حل تطبيق " تيلي جرام" في المرتبة العاشرة والأخيرة ضمن التطبيقات الرقمية التي لمسها المبحوثين خلال تعاملهم مع المصلحة أو الهيئة بنسبة بلغت ٢.٣٪.

## جدول رقم ( ١١ )

يوضح تقييم المبحوثين لدرجة استخدام المصلحة أو الهيئة التي تتعامل معها للتطبيقات  
الرقمية التي تقدم خدمة للجمهور

التطبيقات الرقمية	تقييم المبحوثين	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
واتس آب	ضعيف جدا	151	38.8	٢.٩٤٦٠	١.٨٦٧ ٩٨
	ضعيف	29	7.5		
	متوسط الاستخدام	51	13.1		
	أعلى من المتوسط	60	15.4		
	عالي الاستخدام	44	11.3		
	الأعلى جدا في الاستخدام	54	13.9		
	الإجمالي	389	100.0		
تويتر	ضعيف جدا	175	45.0	٢.٥٩٦٤	١.٧٣١ ٧٨
	ضعيف	30	7.7		
	متوسط الاستخدام	64	16.5		
	أعلى من المتوسط	51	13.1		
	عالي الاستخدام	35	9.0		
	الأعلى جدا في الاستخدام	34	8.7		
	الإجمالي	389	100.0		
	ضعيف جدا	76	19.5		
	ضعيف	24	6.2		

التطبيقات الرقمية	تقييم المبحوثين	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
فيس بوك	متوسط الاستخدام	31	8.0	٤.٢١٠٨	١.٩٧١ ٩١
	أعلى من المتوسط	32	8.2		
	عالي الاستخدام	63	16.2		
	الأعلى جدا في الاستخدام	163	41.9		
	الإجمالي	389	100.0		
الموقع الإلكتروني	ضعيف جدا	30	7.7	٤.٨٥٦٠	١.٥٥٩ ٧٥
	ضعيف	6	1.5		
	متوسط الاستخدام	36	9.3		
	أعلى من المتوسط	60	15.4		
	عالي الاستخدام	43	11.1		
	الأعلى جدا في الاستخدام	214	55.0		
	الإجمالي	389	100.0		
تيلي جرام	ضعيف جدا	221	56.8	٢.٠٢٣١	١.٤١٤ ٩٣
	ضعيف	45	11.6		
	متوسط الاستخدام	60	15.4		
	أعلى من المتوسط	31	8.0		
	عالي الاستخدام	20	5.1		
	الأعلى جدا في الاستخدام	12	3.1		

التطبيقات الرقمية	تقييم المبحوثين	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	الإجمالي	389	100.0		
وي تشات	ضعيف جدا	238	61.2	١.٩٢٥٤	١.٣٧٠ ٥٧
	ضعيف	34	8.7		
	متوسط الاستخدام	63	16.2		
	أعلى من المتوسط	28	7.2		
	عالي الاستخدام	14	3.6		
	الأعلى جدا في الاستخدام	12	3.1		
	الإجمالي	389	100.0		
البريد الإلكتروني	ضعيف جدا	120	30.8	٣.٧٧١٢	٢.١٤١ ٠٦
	ضعيف	13	3.3		
	متوسط الاستخدام	36	9.3		
	أعلى من المتوسط	36	9.3		
	عالي الاستخدام	35	9.0		
	الأعلى جدا في الاستخدام	149	38.3		
	الإجمالي	389	100.0		
	ضعيف جدا	170	43.7		
	ضعيف	35	9.0		
	متوسط الاستخدام	75	19.3		

التطبيقات الرقمية	تقييم المبحوثين	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
انستجرام	أعلى من المتوسط	47	12.1	٢.٥٤٥٠	١.٦٥٦ ٣٤
	عالي الاستخدام	35	9.0		
	الأعلى جدا في الاستخدام	27	6.9		
	الإجمالي	389	100.0		
يوتيوب	ضعيف جدا	162	41.6	٢.٧٠٤٤	١.٧٧٥ ٤١
	ضعيف	39	10.0		
	متوسط الاستخدام	65	16.7		
	أعلى من المتوسط	34	8.7		
	عالي الاستخدام	53	13.6		
	الأعلى جدا في الاستخدام	36	9.3		
	الإجمالي	389	100.0		
سناب شات	ضعيف جدا	229	58.9	١.٩١٧٧	١.٣٢١ ٢٨
	ضعيف	43	11.1		
	متوسط الاستخدام	72	18.5		
	أعلى من المتوسط	22	5.7		
	عالي الاستخدام	11	2.8		
	الأعلى جدا في الاستخدام	12	3.1		
	الإجمالي	389	100.0		

التطبيقات الرقمية	تقييم المبحوثين	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الرسائل القصيرة	ضعيف جدا	202	51.9	٢.٤٢٩٣	١.٧٩٨ ٧٠
	ضعيف	39	10.0		
	متوسط الاستخدام	40	10.3		
	أعلى من المتوسط	39	10.0		
	عالي الاستخدام	25	6.4		
	الأعلى جدا في الاستخدام	44	11.3		
	الإجمالي	389	100.0		

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- تصدر تقييم "ضعيف جداً" مقدمة تقييم المبحوثين لدرجة استخدام المصلحة أو الهيئة التي تتعامل معها لتطبيق واتس آب التي تقدم خدمة للجمهور بنسبة بلغت ٣٨.٨٪، بينما جاء "أعلى من المتوسط" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١٥.٤٪، بينما جاء "الأعلى جداً في الاستخدام" في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١٣.٩٪، بينما جاء "متوسط الاستخدام" في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ١٣.١٪؛ في حين حل "عالي الاستخدام" في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ١١.٣٪، بينما جاءت فئة "ضعيف" في المرتبة السادسة بنسبة بلغت ٧.٥٪، وذلك عند متوسط حسابي بلغ ٢.٩٤٦٠، بينما بلغ الانحراف المعياري ١.٨٦٧٩٨.
- تصدر تقييم "ضعيف جداً" مقدمة تقييم المبحوثين لدرجة استخدام المصلحة أو الهيئة التي تتعامل معها لتطبيق تويتر التي تقدم خدمة للجمهور بنسبة بلغت ٤٥.٠٪، بينما جاء "متوسط الاستخدام" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١٦.٥٪، بينما جاء "الأعلى من المتوسط" في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١٣.١٪، بينما جاء "عالي الاستخدام" في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٩.٠٪؛ في حين حل "الأعلى جدا في الاستخدام" في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٨.٧٪، بينما جاء "ضعيف" في

- المرتبة السادسة بنسبة بلغت ٧.٧٪ وذلك عند متوسط حسابي بلغ ٢.٥٩٦٤، بينما بلغ الانحراف المعياري ١.٧٣١٧٨.
- تصدر تقييم "الأعلى جدا في الاستخدام" مقدمة تقييم المبحوثين لدرجة استخدام المصلحة أو الهيئة التي تتعامل معها لتطبيق فيس بوك التي تقدم خدمة للجمهور بنسبة بلغت ٤١.٩٪، بينما جاء "ضعيف جدا" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١٩.٥٪، بينما جاء "عالي الاستخدام" في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١٦.٢٪، بينما جاء "أعلى من المتوسط" في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٨.٢٪؛ في حين حل "متوسط الاستخدام" في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٨.٠٪، بينما جاء "ضعيف" في المرتبة السادسة بنسبة بلغت ٦.٢٪ وذلك عند متوسط حسابي بلغ ٤.٢١٠٨، بينما بلغ الانحراف المعياري ١.٩٧١٩١.
- تصدر تقييم "الأعلى جدا في الاستخدام" مقدمة تقييم المبحوثين لدرجة استخدام المصلحة أو الهيئة التي تتعامل معها لتطبيق الموقع الإلكتروني التي تقدم خدمة للجمهور بنسبة بلغت ٥٥.٠٪، بينما جاء "أعلى من المتوسط" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١٥.٤٪، بينما جاء "عالي الاستخدام" في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١١.١٪، بينما جاء "متوسط الاستخدام" في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٩.٣٪؛ في حين حل "ضعيف جدا" في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٧.٧٪، بينما جاء "ضعيف" في المرتبة السادسة بنسبة بلغت ١.٥٪ وذلك عند متوسط حسابي بلغ ٤.٨٥٦٠، بينما بلغ الانحراف المعياري ١.٥٥٩٧٥.
- تصدر تقييم "ضعيف جدا" مقدمة تقييم المبحوثين لدرجة استخدام المصلحة أو الهيئة التي تتعامل معها لتطبيق تيلي جرام التي تقدم خدمة للجمهور بنسبة بلغت ٥٦.٨٪، بينما جاء "متوسط الاستخدام" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١٥.٤٪، بينما جاء "ضعيف" في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١١.٦٪، بينما جاء "أعلى من المتوسط" في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٨.٠٪؛ في حين حل "عالي الاستخدام" في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٥.١٪، بينما جاء "الأعلى جدا في الاستخدام" في المرتبة السادسة بنسبة بلغت ٣.١٪ وذلك عند متوسط حسابي بلغ ٢.٠٢٣١، بينما بلغ الانحراف المعياري ١.٤١٤٩٣.



- تصدر تقييم " ضعيف جدا " مقدمة تقييم المبحوثين لدرجة استخدام المصلحة أو الهيئة التي تتعامل معها لتطبيق وي تشات التي تقدم خدمة للجمهور بنسبة بلغت ٦١.٢٪، بينما جاء " متوسط الاستخدام " في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١٦.٢٪، بينما جاء " ضعيف " في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٨.٧٪، بينما جاء " أعلى من المتوسط " في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٧.٢٪؛ في حين حل " عالي الاستخدام " في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٣.٦٪، بينما جاء " الأعلى جدا في الاستخدام " في المرتبة السادسة بنسبة بلغت ٣.١٪ وذلك عند متوسط حسابي بلغ ١.٩٢٥٤، بينما بلغ الانحراف المعياري ١.٣٧٠٥٧.
- تصدر تقييم " الأعلى جدا في الاستخدام " مقدمة تقييم المبحوثين لدرجة استخدام المصلحة أو الهيئة التي تتعامل معها لتطبيق البريد الإلكتروني التي تقدم خدمة للجمهور بنسبة بلغت ٣٨.٣٪، بينما جاء " ضعيف جدا " في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٣٠.٨٪، بينما جاء " متوسط الاستخدام " في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٩.٣٪، بينما جاء " أعلى من المتوسط " في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٩.٣٪؛ في حين حل " عالي الاستخدام " في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٩.٠٪، بينما جاء " ضعيف " في المرتبة السادسة بنسبة بلغت ٣.٣٪ وذلك عند متوسط حسابي بلغ ٣.٧٧١٢، بينما بلغ الانحراف المعياري ٢.١٤١٠٦.
- تصدر تقييم " ضعيف جدا " مقدمة تقييم المبحوثين لدرجة استخدام المصلحة أو الهيئة التي تتعامل معها لتطبيق انستجرام التي تقدم خدمة للجمهور بنسبة بلغت ٤٣.٧٪، بينما جاء " متوسط الاستخدام " في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١٩.٣٪، بينما جاء " أعلى من المتوسط " في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١٢.١٪، بينما جاء " ضعيف " في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٩.٠٪؛ في حين حل " عالي الاستخدام " في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٩.٠٪، بينما جاء " الأعلى جدا في الاستخدام " في المرتبة السادسة بنسبة بلغت ٦.٩٪ وذلك عند متوسط حسابي بلغ ٢.٥٤٥٠، بينما بلغ الانحراف المعياري ١.٦٥٦٣٤.
- تصدر تقييم " ضعيف جدا " مقدمة تقييم المبحوثين لدرجة استخدام المصلحة أو الهيئة التي تتعامل معها لتطبيق يوتيوب التي تقدم خدمة للجمهور بنسبة بلغت ٤١.٦٪، بينما جاء " متوسط الاستخدام " في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١٦.٧٪،

بينما جاء "عالي الاستخدام" في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١٣.٦٪، بينما جاء "ضعيف" في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ١٠.٠٪؛ في حين حل "الأعلى جدا في الاستخدام" في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٩.٣٪، بينما جاء "أعلى من المتوسط" في المرتبة السادسة بنسبة بلغت ٨.٧٪ وذلك عند متوسط حسابي بلغ ٢.٧٠٤٤، بينما بلغ الانحراف المعياري ١.٧٧٥٤١.

- تصدر تقييم "ضعيف جدا" مقدمة تقييم المبحوثين لدرجة استخدام المصلحة أو الهيئة التي تتعامل معها لتطبيق سناب شات التي تقدم خدمة للجمهور بنسبة بلغت ٥٨.٩٪، بينما جاء "متوسط الاستخدام" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١٨.٥٪، بينما جاء "ضعيف" في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١١.١٪، بينما جاء "أعلى من المتوسط" في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٥.٧٪؛ في حين حل "الأعلى جدا في الاستخدام" في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٣.١٪، بينما جاء "عالي الاستخدام" في المرتبة السادسة بنسبة بلغت ٢.٨٪ وذلك عند متوسط حسابي بلغ ١.٩١٧٧، بينما بلغ الانحراف المعياري ١.٣٢١٢٨.

- تصدر تقييم "ضعيف جدا" مقدمة تقييم المبحوثين لدرجة استخدام المصلحة أو الهيئة التي تتعامل معها لتطبيق الرسائل القصيرة التي تقدم خدمة للجمهور بنسبة بلغت ٥١.٩٪، بينما جاء "الأعلى جدا في الاستخدام" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١١.٣٪، بينما جاء "متوسط الاستخدام" في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١٠.٣٪، بينما جاء "أعلى من المتوسط" في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ١٠.٠٪؛ في حين حل "ضعيف" في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ١٠.٠٪، بينما جاء "عالي الاستخدام" في المرتبة السادسة بنسبة بلغت ٦.٤٪ وذلك عند متوسط حسابي بلغ ١.٩١٧٧، بينما بلغ الانحراف المعياري ١.٣٢١٢٨.

## جدول رقم (١٢)

يوضح هل استخدام التطبيقات الإلكترونية داخل المصلحة أو الهيئة يعود بالنفع على الجمهور أكثر من طرق الاتصال التقليدية

ك	%	هل استخدام التطبيقات الإلكترونية داخل المصلحة أو الهيئة يعود بالنفع على الجمهور أكثر من طرق الاتصال التقليدية
٣٤٢	٨٧.٩%	نعم
٤٧	٢١.١%	لا
٣٨٩	١٠٠%	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

تصدرت فئة "نعم" مقدمة إجابات المبحوثين حول هل استخدام التطبيقات الإلكترونية داخل المصلحة أو الهيئة يعود بالنفع على الجمهور أكثر من طرق الاتصال التقليدية بنسبة بلغت ٨٧.٩٪، بينما جاءت فئة "لا" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٢١.١٪.

## جدول رقم (١٣)

يوضح الفائدة التي قد تعود على الجمهور من استخدام التطبيقات الإلكترونية الحديثة

ك	%	الفائدة التي قد تعود على الجمهور من استخدام التطبيقات الإلكترونية الحديثة
٢١٩	٦٤.٠%	سرعة الحصول على الخدمة.
٢٠٥	٥٩.٩%	توفير الوقت والجهد
٢٠٤	٥٩.٦%	سرعة وسهولة التواصل بين الجمهور والمصلحة.
١٣٨	٤٠.٤%	القدرة على متابعة القرارات والقوانين الجديدة.
١٢٥	٣٥.٥%	تجنب الاختلاط المباشر في أوقات انتشار الأوبئة والأمراض

الفائدة التي قد تعود على الجمهور من استخدام التطبيقات الإلكترونية الحديثة	ك	%
استخدام التطبيقات الرقمية يسهم في وصول المصلحة وخدماتها إلى أكبر قدر الجمهور	١٢٠	٣٥.١%
استخدام التطبيقات الرقمية التطور الحديث للتواصل في عصر التحول الرقمي.	١١١	٣٢.٥%
المساهمة في خلق وعى تكنولوجي للجمهور.	١١١	٣٢.٥%
سهولة تقديم الشكاوى المقترحات	٩٣	٢٧.٢%
تعزيز صورة المصلحة.	٧٨	٢٢.٨%
تعزيز الثقة بين الجمهور والمؤسسة	٧٢	٢١.١%
التفاعل المباشر مع الجمهور	٦٧	١٩.٦%
يسهم في إقامة حلقات نقاشية بين الجمهور وبعضهم تجاه الخدمة المقدمة.	٦٦	١٩.٣%
سرعة رد فعل المصلحة تجاه أي نقد أو مقترح.	٦٤	١٨.٧%
يحث الجمهور على التثقيف التكنولوجي حتى ينجز خدمته.	٥٨	١٧.٠%
أخرى تذكر	١٧	٥.٠%
ن = ٣٤٢		

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

تصدر " سرعة الحصول على الخدمة" مقدمة الفوائد التي قد تعود على الجمهور من استخدام التطبيقات الإلكترونية الحديثة بنسبة بلغت ٦٤.٠٪، بينما جاء " توفير الجهد والوقت" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٥٩.٩٪، بينما جاءت فائدة " سرعة وسهولة التواصل بين الجمهور والمصلحة" في المرتبة الثالثة ضمن الفوائد التي قد تعود على الجمهور من استخدام

التطبيقات الإلكترونية الحديثة بنسبة بلغت ٥٩.٦٪، بينما جاءت القدرة على متابعة القرارات والقوانين الجديدة في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٤٠.٤٪، بينما جاء " تجنب الاختلاط المباشر في أوقات انتشار الأوبئة والأمراض" في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٣٥.٥٪، بينما جاء " استخدام التطبيقات الرقمية يسهم في وصول المصلحة وخدماتها إلى أكبر قدر الجمهور" في المرتبة السادسة ضمن الفوائد التي قد تعود على الجمهور من استخدام التطبيقات الإلكترونية الحديثة بنسبة بلغت ٣٥.١٪، بينما جاء " استخدام التطبيقات الرقمية للتطور الحديث للتواصل في عصر التحول الرقمي" في المرتبة السابعة بنسبة بلغت ٣٢.٥٪، بينما جاء " سهولة تقديم الشكاوى المقترحات " في المرتبة الثامنة ضمن الفوائد التي قد تعود على الجمهور من استخدام التطبيقات الإلكترونية الحديثة بنسبة بلغت ٢٧.٢٪، بينما جاء " تعزيز صورة المصلحة" في المرتبة التاسعة بنسبة بلغت ٢٢.٨٪، بينما جاء " تعزيز الثقة بين الجمهور والمؤسسة" في المرتبة العاشرة بنسبة بلغت ٢١.١٪، في حين جاء " التفاعل المباشر مع الجمهور" في المرتبة الحادية عشرة بنسبة بلغت ١٩.٦٪، بينما جاء المساهمة في إقامة حلقات نقاشية بين الجمهور وبعضهم تجاه الخدمة المقدمة" في المرتبة الثانية عشرة ضمن الفوائد التي قد تعود على الجمهور من استخدام التطبيقات الإلكترونية الحديثة بنسبة بلغت ١٩.٣٪، بينما جاء " سرعة رد فعل المصلحة تجاه أي نقد أو مقترح" في المرتبة الثالثة عشرة بنسبة بلغت ١٨.٧٪، بينما جاءت فائدة " حث الجمهور على التثقيف التكنولوجي حتى ينجز خدمته" في المرتبة الأخيرة ضمن الفوائد التي قد تعود على الجمهور من استخدام التطبيقات الإلكترونية الحديثة بنسبة بلغت ١٧.٠٪

## جدول رقم (١٤)

يوضح هل ساعد استخدام المصلحة أو الهيئة التي تتعامل معها للتطبيقات الرقمية في رضا الجمهور

هل ساعد استخدام المصلحة أو الهيئة التي تتعامل معها للتطبيقات الرقمية في رضا الجمهور	ك	%
نعم	٣٠٤	٧٨.١%
لا	٨٥	٢١.٩%
الإجمالي	٣٨٩	١٠٠.٠%

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

تصدرت فئة " نعم" مقدمة إجابات المبحوثين حول أن استخدام المصلحة أو الهيئة التي تتعامل معها للتطبيقات الرقمية ساعد في رضاهم بنسبة بلغت ٧٨.١٪، بينما جاءت فئة " لا" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٢١.٩٪.

## جدول رقم (١٥)

يوضح الأسباب التي كان لها تأثير على رضا الجمهور عن الخدمة من خلال تطبيق البرامج الرقمية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أوافق		محايد		معارض		الأسباب
		%	ك	%	ك	%	ك	
.٤٩٦٤٧	٢.٤٣٤٢	٤٣.٤	١٣٢	٥٦.٦	١٧٢	٠	٠	تقوم المصلحة بإرسال رسائل بالمستجدات الحديثة
.٥٠٠٧٣	٢.٤٩٠١	٤٩.٠	١٤٩	٥١.٠	١٥٥	٠	٠	إجراء استطلاع للرأي لتقييم الخدمة بعد التعامل
.٤٩٨٣٨	٢.٥٤٩٣	٥٤.٩	١٦٧	٤٥.١	١٣٧	٠	٠	إرسال رسائل شكر للتعامل مع المصلحة بعد إنتهاء الخدمة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أوافق		محايد		معارض		الأسباب
		%	ك	%	ك	%	ك	
.٤٩٥٠٦	٢.٤٢٤٣	٤٢.٤	١٢٩	٥٧.٦	١٧٥	٠	٠	تنفيذ المقترحات والشكاوى
.٥٠٠٦٥	٢.٤٨٦٨	٤٨.٧	١٤٨	٥١.٣	١٥٦	٠	٠	سرعة الرد على الاستفسارات
.٤٩٤٠٠	٢.٤١٧٨	٤١.٨	١٢٧	٥٨.٢	١٧٧	٠	٠	تزود الجمهور بالحقائق والبيانات
.٤٩٥٠٦	٢.٤٢٤٣	٤٢.٤	١٢٩	٥٧.٦	١٧٥	٠	٠	تبرز أوجه النجاح للمصلحة
.٤٨٩٦٠	٢.٣٩٤٧	٣٩.٥	١٢٠	٦٠.٥	١٨٤	٠	٠	التحديث المستمر للقرارات واللوائح
.٥٠٠٢٩	٢.٤٧٧٠	٤٧.٧	١٤٥	٥٢.٣	١٥٩	٠	٠	امداد الجمهور بالأخبار الحديثة

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- تصدرت فئة " محايد " مقدمة إجابات المبحوثين حول أن المصلحة تقوم بإرسال رسائل بالمستجدات الحديثة وذلك ضمن الأسباب التي كان لها تأثير على رضا الجمهور عن الخدمة من خلال تطبيق البرامج الرقمية بنسب بلغت ٥٦.٦٪، بينما جاءت فئة " أوافق " في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٤٣.٤٪، وذلك عند متوسط حسابي بلغ ٢.٤٣٤٢، بينما بلغ الانحراف المعياري ٤٩٦٤٧.
- تصدرت فئة " محايد " مقدمة إجابات المبحوثين حول أن المصلحة تقوم بإجراء استطلاع للرأي لتقييم الخدمة بعد التعامل وذلك ضمن الأسباب التي كان لها تأثير على رضا الجمهور عن الخدمة من خلال تطبيق البرامج الرقمية بنسب بلغت ٥١.٠٪، بينما جاءت فئة " أوافق " في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٤٩.٠٪، وذلك عند متوسط حسابي بلغ ٢.٤٩٠١، بينما بلغ الانحراف المعياري ٥٠٠٧٣.
- تصدرت فئة " أوافق " مقدمة إجابات المبحوثين حول أن المصلحة تقوم بإرسال رسائل شكر للتعامل مع المصلحة بعد انتهاء الخدمة وذلك ضمن الأسباب التي كان لها تأثير على رضا الجمهور عن الخدمة من خلال تطبيق البرامج الرقمية بنسب بلغت

- ٥٤.٩٪، بينما جاءت فئة " محايد" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٤٥.١٪، وذلك عند متوسط حسابي بلغ ٢.٥٤٩٣، بينما بلغ الانحراف المعياري ٤٩٨٣٨.
- تصدرت فئة " محايد" مقدمة إجابات المبحوثين حول أن المصلحة تقوم بتنفيذ المقترحات والشكاوي وذلك ضمن الأسباب التي كان لها تأثير على رضا الجمهور عن الخدمة من خلال تطبيق البرامج الرقمية بنسب بلغت ٥٧.٦٪، بينما جاءت فئة " أوافق" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٤٢.٤٪، وذلك عند متوسط حسابي بلغ ٢.٤٢٤٣، بينما بلغ الانحراف المعياري ٤٩٥٠٦.
- تصدرت فئة " محايد" مقدمة إجابات المبحوثين حول أن المصلحة تقوم بسرعة الرد على الاستفسارات وذلك ضمن الأسباب التي كان لها تأثير على رضا الجمهور عن الخدمة من خلال تطبيق البرامج الرقمية بنسب بلغت ٥١.٣٪، بينما جاءت فئة " أوافق" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٤٨.٧٪، وذلك عند متوسط حسابي بلغ ٢.٤٨٦٨، بينما بلغ الانحراف المعياري ٥٠٠٦٥.
- تصدرت فئة " محايد" مقدمة إجابات المبحوثين حول أن المصلحة تقوم بتزود الجمهور بالحقائق والبيانات وذلك ضمن الأسباب التي كان لها تأثير على رضا الجمهور عن الخدمة من خلال تطبيق البرامج الرقمية بنسب بلغت ٥٨.٢٪، بينما جاءت فئة " أوافق" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٤١.٨٪، وذلك عند متوسط حسابي بلغ ٢.٤١٧٨، بينما بلغ الانحراف المعياري ٤٩٤٠٠.
- تصدرت فئة " محايد" مقدمة إجابات المبحوثين حول أن المصلحة تبرز أوجه النجاح للمصلحة وذلك ضمن الأسباب التي كان لها تأثير على رضا الجمهور عن الخدمة من خلال تطبيق البرامج الرقمية بنسب بلغت ٥٧.٦٪، بينما جاءت فئة " أوافق" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٤٢.٤٪، وذلك عند متوسط حسابي بلغ ٢.٤٢٤٣، بينما بلغ الانحراف المعياري ٤٩٥٠٦.
- تصدرت فئة " محايد" مقدمة إجابات المبحوثين حول أن المصلحة تقوم بالتحديث المستمر للقرارات واللوائح وذلك ضمن الأسباب التي كان لها تأثير على رضا الجمهور عن الخدمة من خلال تطبيق البرامج الرقمية بنسب بلغت ٦٠.٥٪، بينما جاءت فئة " أوافق" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٣٩.٥٪، وذلك عند متوسط حسابي بلغ ٢.٣٩٤٧، بينما بلغ الانحراف المعياري ٤٨٩٦٠.



- تصدرت فئة " محايد " مقدمة إجابات المبحوثين حول أن المصلحة تقوم بإمداد الجمهور بالأخبار الحديثة وذلك ضمن الأسباب التي كان لها تأثير على رضا الجمهور عن الخدمة من خلال تطبيق البرامج الرقمية بنسب بلغت ٥٢.٣٪، بينما جاءت فئة " أوافق " في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٤٧.٧٪، وذلك عند متوسط حسابي بلغ ٢.٤٧٧٠، بينما بلغ الانحراف المعياري ٥٠٠٢٩.

### جدول رقم (١٦)

يوضح هل تعتقد أنك سوف تكرر التعامل مع المصلحة أو الهيئة الحكومية للحصول على الخدمة عن طريق الانترنت

هل تعتقد أنك سوف تكرر التعامل مع المصلحة أو الهيئة الحكومية للحصول على الخدمة عن طريق الانترنت	ك	%
نعم	٢٨٦	٧٣.٥٪
لا	١٠٣	٢٦.٥٪
الإجمالي	٣٨٩	١٠٠٪

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

تصدرت فئة " نعم " مقدمة إجابات المبحوثين حول اعتقادهم بتكرار التعامل مع المصلحة أو الهيئة الحكومية للحصول على الخدمة عن طريق الانترنت بنسبة بلغت ٧٣.٥٪، بينما جاءت فئة " لا " في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٢٦.٥٪.

## جدول رقم (١٧)

يوضح تأثير استخدام التطبيقات الرقمية على رضا الجمهور عن الخدمة المقدمة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	تأثير استخدام التطبيقات الرقمية على رضا الجمهور عن الخدمة المقدمة
.٧٠٦٩٤	١.٠١٥٤	٢٤.٢%	٩٤	غير راضي
		٥٠.١%	١٩٥	راضي
		٢٥.٧%	١٠٠	راضي جداً
		100.0	389	الاجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

تصدرت فئة " راضي " مقدمة الفئات حول تأثير استخدام التطبيقات الرقمية على رضا المبحوثين عن الخدمة المقدمة بنسبة بلغت ٥٠.١%، بينما جاءت فئة " راضي جداً " في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٢٥.٧%، بينما جاءت فئة " غير راضي " في المرتبة الثالثة والأخيرة حول تأثير استخدام التطبيقات الرقمية على رضا المبحوثين عن الخدمة المقدمة بنسبة بلغت ٢٤.٢%.

## جدول رقم (١٨)

يوضح تقييم المبحوثين لنجاح المصلحة أو الهيئة التي تعامل معها في تطبيق الخدمة

إلكترونيًا

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	التقييم
		9.3	36	سيئ جداً
		6.7	26	سيئ
		9.8	38	مقبول

التقييم	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
جيد	68	17.5	٤.٢٠٥٧	١.٤٧٢٧٣
جيد جدا	164	42.2		
ممتاز	57	14.7		
الاجمالي	389	100.0		

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

تصدر تقييم " جيد جداً" مقدمة تقييم المبحوثين لنجاح المصلحة أو الهيئة التي تعامل معها في تطبيق الخدمة إلكترونياً بنسبة بلغت ٤٢.٢٪، بينما جاء تقييم "جيد" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١٧.٥٪؛ في حين جاء تقييم " ممتاز" في المرتبة الثالثة ضمن تقييم المبحوثين لنجاح المصلحة أو الهيئة التي تعامل معها في تطبيق الخدمة إلكترونياً بنسبة بلغت ١٤.٧٪، بينما جاء تقييم " مقبول " في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٩.٨٪، بينما جاء تقييم " سيئ جداً" في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٩.٣٪، بينما حل تقييم " سيئ" في المرتبة السادسة ضمن تقييم المبحوثين لنجاح المصلحة أو الهيئة التي تعامل معها في تطبيق الخدمة إلكترونياً بنسبة بلغت ٦.٧٪، وذلك عند متوسط حسابي بلغ ٤.٢٠٥٧، بينما بلغ الانحراف المعياري ١.٤٧٢٧٣.

#### جدول رقم (١٩)

##### يوضح نوع المبحوثين

نوع المبحوثين	ك	%
ذكر	١٧٦	٤٥.٢٪
أنثى	٢١٣	٥٤.٨٪
الإجمالي	٣٨٩	١٠٠.٠٪

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

جاءت فئة " الإناث" في مقدمة الفئات التي تعاملت مع المصالح أو الهيئات الحكومية بنسبة بلغت ٥٤.٨٪، بينما جاءت فئة " الذكور" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٤٥.٢٪.

## جدول رقم (٢٠)

يوضح مؤهل المبحوثين

مؤهل المبحوثين	ك	%
دبلوم	27	6.9
بكالوريوس/ليسانس	209	53.7
دراسات عليا	153	39.3
الإجمالي	389	100.0

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

تصدرت فئة " بكالوريوس/ ليسانس" مقدمة الفئات التي تعاملت مع الهيئات والمصالح الحكومية بنسبة بلغت ٥٣.٧٪، بينما جاء المبحوثين الحاصلين على "دراسات عليا" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٣٩.٣٪؛ في حين حل المبحوثين الحاصلين على دبلوم في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة بلغت ٦.٩٪.

## جدول رقم (٢١)

سن المبحوثين	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
أقل من ٣٠ سنة	141	36.2	١.٩٤٨٦	.٩١٥١٨
من ٣٠ إلى ٤٠ سنة	159	40.9		
من ٤٠ إلى ٥٠ سنة	57	14.7		
من ٥٠ إلى ٦٠ سنة	32	8.2		
الإجمالي	389	١٠٠.٠٪		

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

تصدرت فئة " من ٣٠ إلى ٤٠ سنة" مقدمة الفئات بنسبة بلغت ٤٠.٩٪، بينما جاء فئة " أقل من ٣٠ سنة" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٣٦.٢٪، في حين حلت فئة " من ٤٠ إلى ٥٠ سنة" في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١٤.٧٪؛ بينما جاءت فئة من ٥٠ إلى ٦٠ سنة في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٨.٢٪، وذلك عند متوسط حسابي بلغ ١.٩٤٨٦، بينما بلغ الانحراف المعياري ٩١٥١٨.

**ثانيًا: نتائج فروض الدراسة:**

الفرض الأول: يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة استخدام المبحوثين للتطبيقات الرقمية التي تقدم الخدمة للجمهور وبين رضاهم عن الخدمة المقدمة جراء التطبيقات الرقمية

رضا المبحوثين عن الخدمة المقدمة جاء التطبيقات الرقمية.		درجة استخدام المبحوثين للتطبيقات الرقمية التي تقدم الخدمة للجمهور
١٧٥.	معامل الارتباط "بيرسون"	
٠٠١.	الدلالة المعنوية	
٣٨٩	العدد	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي :

وجود علاقة ارتباطية بين درجة استخدام المبحوثين للتطبيقات الرقمية التي تقدم الخدمة للجمهور وبين رضاهم عن الخدمة المقدمة جراء التطبيقات الرقمية، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠.١٧٥) وهي دالة عند مستوى معنوية بلغ ٠.٠١.

الفرض الثاني: يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة استخدام المبحوثين للتطبيقات الرقمية التي تقدم الخدمة للجمهور وبين تقييمهم لمدى نجاح المصلحة أو الهيئة التي تعاملوا معها في تطبيق الخدمة إلكترونياً.

تقييم المبحوثين لمدى نجاح المصلحة أو الهيئة التي تعاملوا معها في تطبيق الخدمة إلكترونياً.		درجة استخدام المبحوثين للتطبيقات الرقمية التي تقدم الخدمة للجمهور
معامل الارتباط "بيرسون"	.٣١٧	
الدلالة المعنوية	.٠٠٠	
العدد	٣٨٩	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي :

وجود علاقة ارتباطية بين درجة استخدام المبحوثين للتطبيقات الرقمية التي تقدم الخدمة للجمهور وبين تقييمهم لمدى نجاح المصلحة أو الهيئة التي تعاملوا معها في تطبيق الخدمة إلكترونياً.، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (317). وهي دالة عند مستوى معنوية بلغ 000.

الفرض الثالث: يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الوقت الذي يستغرقه المبحوثين في الحصول على الخدمة وبين رضاهم عن الخدمة المقدمة جراء التطبيقات الرقمية.

رضا المبحوثين عن الخدمة المقدمة جاء التطبيقات الرقمية		الوقت الذي يستغرقه المبحوثين في الحصول على الخدمة
معامل الارتباط "بيرسون"	.٤٥٩	
الدلالة المعنوية	.٠٠٠	
العدد	٣٨٩	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي :

وجود علاقة ارتباطية بين الوقت الذي يستغرقه المبحوثين في الحصول على الخدمة وبين رضاهم عن الخدمة المقدمة جراء التطبيقات الرقمية.، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (459). وهي دالة عند مستوى معنوية بلغ 000.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة في درجة استخدام المبحوثين للتطبيقات الرقمية التي تقدم الخدمة للجمهور تبعاً للمتغيرات الديموغرافية.

وينبثق من هذا الفرض عدد من الفروض الفرعية تتمثل في:

الفرض الفرعي الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة في درجة

مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات	النوع	درجة استخدام المبحوثين للتطبيقات الرقمية التي تقدم الخدمة للجمهور
.٠٠٣	٣٨٧	-٢.٩٧٤	.53343	1.5341	176	ذكر	
			.68906	1.7230	213	أنثى	

استخدام المبحوثين للتطبيقات الرقمية التي تقدم الخدمة للجمهور تبعاً لمتغير النوع.

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة في درجة استخدام المبحوثين للتطبيقات الرقمية التي تقدم الخدمة للجمهور تبعاً لمتغير النوع حيث بلغ معامل (T) (-٢.٩٧٤)، وهي دالة عند مستوى معنوية بلغت (.٠٠٣).

الفرض الفرعي الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة في درجة استخدام المبحوثين للتطبيقات الرقمية التي تقدم الخدمة للجمهور تبعاً لمتغير المؤهل.

درجة استخدام المبحوثين للتطبيقات الرقمية التي تقدم الخدمة للجمهور	المؤهل	التكرارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	درجة الحرية	مستوى المعنوية
	دبلوم	27	2.3333	.78446	٢٠٠٠٩٢	٢	.٠٠٠٠
	بكالوريوس/ ليسانس	209	1.5550	.60295			
	دراسات عليا	153	1.6275	.56057			
	الاجمالي	389	1.6375	.62978			

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة في درجة استخدام المبحوثين للتطبيقات الرقمية التي تقدم الخدمة للجمهور تبعاً لمتغير المؤهل حيث بلغ معامل (F) (٢٠٠٠٩٢)، وهي دالة عند مستوى معنوية بلغت (٠.000).

الفرض الفرعي الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة في درجة استخدام المبحوثين للتطبيقات الرقمية التي تقدم الخدمة للجمهور تبعاً لمتغير السن.

درجة استخدام المبحوثين للتطبيقات الرقمية التي تقدم الخدمة للجمهور	السن	التكرارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	درجة الحرية	مستوى المعنوية
	أقل من ٣٠ سنة	141	1.6099	.53148	١٣.٠١ ٥	٣	.٠٠٠٠
	من ٣٠ إلى ٤٠ سنة	159	1.8176	.67370			
	من ٤٠ إلى ٥٠ سنة	57	1.4737	.65752			
	من ٥٠ إلى ٦٠ سنة	32	1.1563	.36890			
	الاجمالي	389	1.6375	.62978			



تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة في درجة استخدام المبحوثين للتطبيقات الرقمية التي تقدم الخدمة للجمهور تبعاً لمتغير السن حيث بلغ معامل (F) (13.015)، وهي دالة عند مستوى معنوية بلغت (0.000).

واعتماد على ما سبق يمكن القول بصحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة في درجة استخدام المبحوثين للتطبيقات الرقمية التي تقدم الخدمة للجمهور تبعاً للمتغيرات الديموغرافية.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة في تقييم المبحوثين لمدى نجاح المصلحة أو الهيئة التي تعاملوا معها في تطبيق الخدمة إلكترونياً تبعاً للمتغيرات الديموغرافية.

وينبثق من هذا الفرض عدد من الفروض الفرعية تتمثل في:

الفرض الفرعي الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة في تقييم المبحوثين لمدى نجاح المصلحة أو الهيئة التي تعاملوا معها في تطبيق الخدمة إلكترونياً تبعاً لمتغير النوع.

تقييم المبحوثين لمدى نجاح المصلحة أو الهيئة التي تعاملوا معها في تطبيق الخدمة إلكترونياً	النوع	التكرارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	مستوى المعنوية
	ذكر	176	4.0341	1.48092	-2.089	387	.037
	أنثى	213	4.3474	1.45416			

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة في تقييم المبحوثين لمدى نجاح المصلحة أو الهيئة التي تعاملوا معها في تطبيق الخدمة إلكترونياً تبعاً لمتغير النوع حيث بلغ قيمة معامل (T) (-2، 0.89)، وهي دالة عند مستوى معنوية بلغ (0.037).

الفرض الفرعي الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة في تقييم المبحوثين لمدى نجاح المصلحة أو الهيئة التي تعاملوا معها في تطبيق الخدمة إلكترونياً تبعاً لمتغير المؤهل.

تقييم المبحوثين لمدى نجاح المصلحة أو الهيئة التي تعاملوا معها في تطبيق الخدمة إلكترونياً	المؤهل	التكرارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	درجة الحرية	مستوى المعنوية
	دبلوم	27	4.6296	.79169	٣.٠٤٩	٢	.٠٤٩
	بكالوريوس/لي سانس	209	4.0478	1.51518			
	دراسات عليا	153	4.3464	1.48377			
	الاجمالي	389	4.2057	1.47273			

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة في تقييم المبحوثين لمدى نجاح المصلحة أو الهيئة التي تعاملوا معها في تطبيق الخدمة إلكترونياً تبعاً لمتغير المؤهل حيث بلغ قيمة معامل (F) (٣.٠٤٩)، وهي دالة عند مستوى معنوية بلغ (0.049).  
الفرض الفرعي الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة في تقييم المبحوثين لمدى نجاح المصلحة أو الهيئة التي تعاملوا معها في تطبيق الخدمة إلكترونياً تبعاً لمتغير السن.

مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات	السن	تقييم المبحوثين
.٠٠١	٣	٥.٨١ ٤	1.23097	4.5887	141	أقل من ٣٠ سنة	لمدى نجاح المصلحة أو الهيئة التي تعاملوا معها في تطبيق الخدمة إلكترونياً
			1.63562	3.9560	159	٣٠ إلى ٤٠ سنة	
			1.34542	3.8947	57	٤٠ إلى ٥٠ سنة	
			1.49056	4.3125	32	من ٥٠ إلى ٦٠ سنة	
			1.47273	4.2057	389	الاجمالي	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة في تقييم المبحوثين لمدى نجاح المصلحة أو الهيئة التي تعاملوا معها في تطبيق الخدمة إلكترونياً تبعاً لمتغير السن حيث بلغ قيمة معامل (F) ( ٥.٨١٤ )، وهي دالة عند مستوى معنوية بلغ (٠.٠٠١) واعتماد على ما سبق يمكن القول بصحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة في تقييم المبحوثين لمدى نجاح المصلحة أو الهيئة التي تعاملوا معها في تطبيق الخدمة إلكترونياً تبعاً للمتغيرات الديموغرافية.

## قائمة مراجع الدراسة

1. Marcel Danesi, *Dictionary of media and communication*, M.E. Sharpe, Armonk, Newyork, 2009, p28.
2. Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View". *MIS Quarterly*, vol.27, 2009. pp.425-478.
3. Morris, M. G., & Venkatesh, V.. Age Differences in Technology Adoption Decisions Implicationsf or a Changing Workforce. *Personnel Psychology*, 2000. pp. 375-403
٤. حسن نيازي الصيفي، تبني ممارسي العلاقات العامة للإعلام الاجتماعي في المنظمات الحكومية السعودية: دراسة مسحية في إطار النظرية الموحدة لقبول التقنية واستخدامها، بحث منشور، *المجلة العربية للإعلام والاتصال* (السعودية : الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، ٢٠١٥، ص ١٤٣).
5. Davis, F. D. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Accep-tance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 2009.pp. 319 - 340.
6. Marchewka, J. T., Liu, C., & Kostiva, K. An Application of the UTAUT Model for Understanding Student Perceptions Using Course Management Software. *Communications of the IIMA*, 2007.pp. 93-104
7. <sup>7</sup>Eyrich, N., Padman, M, I., & Sweetser, K, D. Pr Practitioners' Use Of Social Media Tools And Communication Technology., *Public Relations Review*, 34(4), 414, 2008.

8. Taylor, M., & Kent, M.L. Anticipatory Socialization in the Use Of Social Media In Public Relations. A content Analyses Of PRSA's Public Relations Tactics. Public Relations Review, 36 (3), 207-214, 2010
9. Diga, M., & Kelleher, T. Social media use, perceptions of decision-making power, and public relations roles. Public Relations Review, 35(4), 440-442, 2009
١٠. حسن نيازي، استخدام العلاقات العامة في المجتمعات السعودية لشبكات التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لموقع تويتر في إطار نظرية الحوار ونماذج العلاقات العامة، بحث منشور، مقدم لأعمال المؤتمر العلمي الدولي الثاني لقسم الإعلام، تحت عنوان "المجتمع العربي وشبكات التواصل الاجتماعي في عالم متغير"، (عمان: جامعة السلطان قابوس، قسم الإعلام، أكتوبر، نوفمبر، ٢٠١٧)
11. Kalyca Lynn Becketl. The Bond Between Public Relations and Brand Loyalty: Exploring Brand-Public Relationships. (USA: San Diego State University), 2018
12. Sarah Kane. THE SHARE FACTOR, Implications of Global Digital Strategy for Public Relations, (USA: Faculty of the Usc Graduate School University of Southern California). 2012.
13. Springston, Jeffrey. Public Relations and New Media Technology: The Impact of the Internet, in Public Relations Handbook, ed. Robert Heath (Newbury Park, CA: Sage, 2001.
١٤. حاتم علي حيدر الصالحي، استخدام تكنولوجيا الاتصال التفاعلي في ممارسة أنشطة العلاقات العامة في المنظمات العامة في اليمن، رسالة ماجستير غير منشورة ( القاهرة: كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٥).
15. Moya, L. A. Identifying Innovation Attributes and Factors that Predict Social Media Adoption in U.S. Public Relations Practitioners (Ph.D.). Northcentral University, United States -- Arizona. 2014
16. Agozzino, A. Dialogic Communication Through "Pinning": An Analysis of Top 10 Most Followed Organizations' Pinterest Profiles. Public Relations Journal, 9(3).2015.

- 17.Melissa Aronczyk. & Lee Edwards. Apprehending public relations as a promotional industry, Public Relations Inquiry, Vol. 6(2), 2017. pp. 139– 155.
- ١٨ . حورية بولعويدات، *رسالة ماجستير غير منشورة*، استخدام التكنولوجيا الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، (الجزائر: جامعة منتوري، قسنطينة، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، ٢٠٠٨) .
- 19.Lee, N. M., Sha, B-L., Dozier, D. M. & Sargent, P. The role of public relations practitioners as social media experts. Public Relations Review, 41,2015. Pp. 411–413.
- 20.20 Schoenmaker, S. Organisational narratives shaping practitioners' use of social media. PR ism 11(2),2014. Pp. 1– 15.
- ٢١ . محمود رشاد، سمر مهران، أهداف ووظائف العلاقات العامة عبر تطبيقات الاتصال الرقمية: رؤية نقدية ومستقبلية، بحث منشور، *المجلة العربية لبحوث العالم والاتصال*، العدد (٢٤) يناير / مارس ٢٠١٩ .
- ٢٢ . محمد عرفات زيدان، عادل مسغوني، دور تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات، *رسالة ماجستير غير منشورة*، (الجزائر: جامعة الشيد حمه لخضر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، ٢٠١٨) .
- ٢٣ . تحسين منصور، أثر تطبيقات تكنولوجيا الاتصال على وظائف العلاقات العامة في القطاع الصحي الأردني، *رسالة ماجستير غير منشورة*، (الأردن: جامعة اليرموك، كلية الإعلام، ٢٠١٤)، ص ٨٠٢ .
- ٢٤ . رماش كريمة، عمران أمينة، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الاتصال الإداري، *رسالة ماجستير غير منشورة*، (الجزائر: جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، ٢٠١٥) .
- 25.Hengst and Henk G. Sol. The Impact of Information and Communication Technology on Interorganizational,

Coordination: Guidelines from Theory, Special Series on Information. *Exchange in Electronic Markets*, 2001.

٢٦. مرشد أحمد شرفهزاع، حدود تأثير استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على العلاقات الاجتماعية لطلاب الجامعات في اليمن، دراسة مقارنة على الإنترنت والهاتف المحمول، *رسالة دكتوراة غير منشورة*، (مصر: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٣)
٢٧. عبد الله الشهري، اسهامات تقنيات الاتصال في تحقيق أهداف العلاقات العامة: دراسة حالة لإدارة العلاقات العامة في شركة أرامكو السعودية، *رسالة ماجستير غير منشورة*، (المملكة العربية السعودية: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ١٤٢٣هـ، ٢٠٠٢م)

28. Jo, S. and Jung, J. A Cross – Cultural Study of the World Wide Web and Public Relation, Corporate Communication: *An International Journal*, 10 (1), 2005.

٢٩. سالم عبد الله السلطان، استخدام العلاقات العامة لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسات الكويتية، *رسالة ماجستير غير منشورة* الكويت: الجامعة الأهلية، كلية الدراسات العليا والبحوث، قسم إعلام وعلاقات عامة، (٢٠١١)